


На правах рукописи



Аветов Григорий Михайлович

**РОЛЬ ЭТНОКОНФЕССИОНАЛЬНОГО ФАКТОРА В
ФОРМИРОВАНИИ РОССИЙСКОЙ СИСТЕМЫ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**

**Специальность 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством:
экономика предпринимательства**

**АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата экономических наук**

Москва – 2012

**Работа выполнена в Московском финансово-промышленном университете
«Синергия»**

Научный руководитель: доктор экономических наук, профессор
Лукашенко Марианна Анатольевна

Официальные оппоненты: **Орехов Сергей Александрович**
доктор экономических наук, профессор,
профессор кафедры общего менеджмента и
предпринимательства Московского
государственного университета экономики,
статистики и информатики

Потапова Ольга Николаевна
кандидат экономических наук,
доцент кафедры теории и практики
конкуренции Московского финансово-
промышленного университета «Синергия»

Ведущая организация: Автономная некоммерческая организация
(образовательное учреждение высшего
профессионального образования)
**«Российская академия
предпринимательства»**

Защита состоится «06» июля 2012 г. в 14:00 часов на заседании
Диссертационного совета Д 521.042.01 при Московском финансово-
промышленном университете «Синергия» по адресу: 105318, г. Москва, ул.
Измайловский вал, д. 2, ауд. 511.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Московского
финансово-промышленного университета «Синергия». НАУЧНАЯ БИБЛИОТЕКА КФУ

Автореферат разослан «06» июня 2012 г.

**Ученый секретарь
диссертационного совета**



0000606948

Е.В. Улитина

I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность исследования.

Каждый народ обладает специфической предпринимательской практикой, сложившейся под влиянием его религиозно-культурных особенностей, условий жизни и взаимодействия с другими народами, широкого набора внутренних и внешних факторов. Воздействие всего комплекса причин на эти практики формирует национальную систему предпринимательства, включающую в себя основные черты этнических групп, проживающих на территории государства и участвующих в активной экономической деятельности. Этноконфессиональный компонент, оказывающий заметное влияние на предпринимательство любого мирового государства, и в целом на глобальную предпринимательскую культуру, не смотря на свою значимость, достаточно редко становится предметом научных наблюдений. Данное направление приобретает особую актуальность в начале XXI века в связи с глубокими структурными изменениями мировой экономики, переходом к информационному обществу государств-лидеров при одновременном отставании стран-аутсайдеров, сохраняющих традиционный, архаичный уклад жизни.

На протяжении последних 50-60 лет под влиянием активных процессов глобализации на территории развитых стран, которые являются мировыми центрами экономического роста, происходят активные контакты представителей различных культурно-религиозных традиций вследствие процессов миграции, которые не всегда проходят мирно и безболезненно. Зачастую межэтнические противоречия, возникающие между представителями коренного населения и приезжими, являющимися носителями иных культурных традиций, имеют под собой экономическую основу. Для более эффективного преодоления существующих сложностей необходимо глубокое и последовательное изучение влияния этноконфессионального фактора на системы предпринимательства. Применительно к нашей стране целесообразно говорить о наличии

российской системы предпринимательства, которая и является центральным элементом настоящего исследования.

После того как концепция мультикультурализма доказала свою неэффективность, что было признано на уровне глав ведущих европейских держав¹, ставится вопрос о выработке нового соотношения норм рамочной культуры многонационального государства и отдельных культур народов, в нем проживающих. Этот вопрос крайне актуален и для России. На фоне очевидных успехов отечественной экономики на протяжении последних десяти лет (рост числа занятых граждан, повышение доходов населения, увеличение стабилизационного фонда, как резерва страны), существуют в то же время и негативные тенденции (социальное расслоение, наличие депрессивных территорий, не высокий уровень внедрения передовых технологий, проблемы межэтнических отношений), оказывающие тормозящее действие. Очевидно, что одним из направлений модернизации экономики является развитие предпринимательских инициатив граждан. Учет традиций предпринимательства народов России и позитивного опыта совместной экономической деятельности должны создать основу для комплексного социально-экономического развития государства.

Для того, чтобы этноконфессиональный фактор максимально позитивно сказывался на перспективах отечественно экономики, необходимо глубокое изучение таких его аспектов как история вопроса, современные тенденции и перспективы влияния на предпринимательство в России.

На незавершенность процесса формирования российской системы предпринимательства очевидно указывает то, что руководство страны признает этот факт, планируя управленческие решения, способные существенно изменить ход развития ситуации. В программной статье В.В. Путина «Демократия и качество государства», опубликованной накануне

¹ «Канцлер Германии Ангела Меркель, не оставила без внимания растущие антииммигрантские настроения в Германии, утверждая, что попытки страны по созданию мультикультурного общества "совершенно не удались". Адрес публикации в сети Интернет: <http://www.radioazadlyg.ru/content/article/2193714.html>

президентских выборов в 2012 году, сформулирован тезис, способный открыть новую страницу развития предпринимательских практик на территории России: «Считаю, что институт уполномоченных по защите прав предпринимателей должен появиться в каждом субъекте Федерации»². Это говорит о том, что в ближайшей перспективе статус предпринимательской деятельности в Российской Федерации значительно повысится и станет предметом интенсивного общественного и государственного внимания.

Степень разработанности проблемы. Необходимо отметить, что тема влияния этноконфессионального фактора на предпринимательские практики и системы предпринимательства в целом в российской и иностранной научной литературе разработана недостаточно. На фоне наличия исследований, посвященных изучению предпринимательства, относительно системы предпринимательства наблюдается недостаток научной информации. Относительно различных аспектов влияния этноконфессионального фактора на российскую систему предпринимательства также наблюдается дефицит современных научных работ.

Можно выделить следующие блоки научных исследований, в разной степени имеющих отношение к заявленной теме работы.

Тема предпринимательства является одной из важнейших для западной экономической мысли. Проблемы, связанные с предпринимательством и его характеристиками, широко рассматривались в теориях западной экономической мысли, восходящих к именам Кантильона Р., Кене Ф., Норда Д., Сея Ж., Смита А., Тюрго А., Хайека Ф., и других. Теоретическое обоснование особенностей предпринимательства как самостоятельного вида человеческой деятельности содержится в фундаментальных работах таких ученых как Зомбарт В., Шумпетер Й., Ф. Бродель.

Современные направления исследования предпринимательства в

² Адрес публикации в сети Интернет: <http://www.putin2012.ru/events/187>

России отражены в работах Алейникова А.В., Козловского И.И., Левитана М.И., Лисиненко И.В., Постукяна И.С., Рубина Ю.Б., Фетисова Э.И., Халипова В.Ф., Яковлева И.Г.

Специфические особенности развития предпринимательства в России в историко-культурном контексте подробно проанализированы в комплексных исследованиях Гуляевой В.В. и Бессолицына А.А.

Влияние этноконфессионального фактора на предпринимательские практики в разной степени затронуто в работах как экономистов и социологов (например, Бабаева М.А., Гельман В.А., Узденова Л.А., Тагиров Р.), так и этнологов. Классиками отечественной этнологии можно признать таких выдающихся ученых прошлого как Анучин Д.Н., Бромлей Ю.В., Гумилёв Л.Н. и ряд современных исследователей (Дробижева Л.М., Садохин А.П., Тавадов Г.Т.). Отдельно следует выделить фундаментальные исследования Вебера М., являющиеся первым опытом исследования социокультурной базы предпринимательства.

В контексте данной работы особый интерес представляют исследования, посвященные анализу различных проявлений феномена «этнической экономики» на современном этапе развития общества. В этой связи следует выделить публикации таких авторов как Ахметов В.Я., Бердникова Г.И., Визер Т.В., Воронков В.Н., Кузнецов И.М., Мукомель В.И., Паченков О.А., Радаев В.В.

Некоторые аспекты государственного регулирования развития системы предпринимательства России освещены в работах Мясниковой Л.И.

В целом, несмотря на значительное количество публикаций, в разной степени имеющих отношение к рассматриваемой теме, необходимо отметить, что на данный момент продолжает ощущаться недостаток комплексных экономических исследований влияния этноконфессионального фактора на формирование российской системы предпринимательства, отражающих современное состояние данной проблемы.

Цели и задачи исследования. Цель данной диссертационной работы состоит в выявлении роли и возможности использования этноконфессионального фактора в развитии российской системы предпринимательства для повышения ее внутренней эффективности и конкурентоспособности на международной арене.

В соответствии с этой целью поставлены следующие **задачи**:

- Рассмотреть существующий понятийно-категориальный аппарат изучения характера влияния этноконфессионального фактора на системы предпринимательства и выявить степень его соответствия современному состоянию российской системы предпринимательства

- Исследовать направления проактивного влияния этноконфессионального фактора на формирование российской системы предпринимательства.

- Выявить последствия влияния этноконфессионального фактора на развитие российской системы предпринимательства.

- Определить характер влияния этнической и религиозной принадлежности индивидов на выбираемые ими предпринимательские стратегии, а также в целом на существующую российскую систему предпринимательства.

- Определить формы и механизмы использования ресурсов этноконфессионального фактора в целях создания благоприятной предпринимательской среды.

Объект исследования. Объектом исследования являются закономерности и тенденции развития этноконфессионального фактора в системе российского предпринимательства.

Предмет исследования. Предмет исследования – взаимосвязи, сферы проявления и последствия влияния этноконфессионального фактора на предпринимательство в современной России.

Методологическую и теоретическую основу исследования составляют основные понятия, инструментарий и принципы экономической науки, однако для изучения природы этноконфессионального фактора и его влияния на социальные практики автором активно использовались данные социологии, культурологии и этнологии, что указывает на междисциплинарный характер исследования.

Решение поставленных задач потребовало комплексного подхода: в методологию настоящего исследования вошли элементы ретроспективного, сравнительного, системного, структурного, сопоставительного анализа, а также исследования причинно-следственных связей. При анализе открытых источников автором использовался метод контент-анализа, а также особое внимание было обращено на применение методов историко-ретроспективного анализа.

По мнению автора, инструментарий изучения влияния этноконфессионального фактора на формирование российской системы предпринимательства находится в стадии становления, поэтому может обогащаться методами, применяемыми в рамках различных научных направлений.

Научная новизна результатов исследования

1. Доказано, что этноконфессиональный элемент является одним из факторов, формирующих российскую систему предпринимательства. Этноконфессиональный фактор в системе предпринимательства – это комплекс устойчивых поведенческих установок, обусловленных религиозными и национальными традициями и представлениями, являющимися частью коллективной системы ценностей отдельных народов, имеющий влияние на выбор той или иной стратегии предпринимательского поведения. Эта система аккумулирует предпринимательские стратегии народов России, выработанные на протяжении истории государства.

2. Исследованы направления проактивного влияния этноконфессионального фактора на формирование российской системы

предпринимательства:

- Взаимное обогащение различных народов новыми предпринимательскими практиками и стратегиями предпринимательского поведения за счет интенсивного культурного обмена.

- Расширение рынка потребления товаров и услуг, а также ассортимента предложений со стороны предпринимателей за счет многообразия культур и традиций.

- Развитие международных экономических связей отечественных предпринимателей с представителями родственных этноконфессиональных групп, проживающими за рубежом.

- Повышение устойчивости и конкурентоспособности российской экономики на международном уровне за счет фактора многонациональности

3. Выявлены последствия влияния этноконфессионального фактора на развитие российской системы предпринимательства:

- Сложности, возникающие под влиянием отдельных национальных традиций на пути формирования единой предпринимательской культуры, соответствующей нормам, принятым в мировом деловом сообществе.

- Обострение межэтнических отношений за счет увеличения доли предпринимателей, представляющих этнические меньшинства и отказывающихся интегрироваться в российскую систему предпринимательства.

- Создание неупорядоченных национальных «анклавов», в которых работа «этнических» предприятий ведется исключительно для «этнических» потребителей.

- Невозможность в полном объеме применять унифицированные принципы регулирования сферы предпринимательства (в частности, внедрения единообразных программ по стимулированию предпринимательской деятельности) вследствие различий обусловленных влиянием этноконфессионального фактора.

4. Определен характер влияния этнической и религиозной принадлежности индивидов на выбираемые ими предпринимательские стратегии, а также в целом на существующую российскую систему предпринимательства.

5. Определены основные направления учета этноконфессионального фактора в формировании российской системы предпринимательства. Разработаны способы создания условий для гармоничного развития предпринимательства среди представителей всех этнических групп, а так же механизмы формирования единой ценностной основы для развития предпринимательства с учетом традиционных этических систем народов России.

Наиболее существенные научные результаты исследования соответствуют п. 8.3. «Закономерности и тенденции развития современного предпринимательства» паспорта специальности 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством: экономика предпринимательства».

Теоретическая значимость результатов диссертационного исследования состоит в следующем:

1. Выводы диссертации способствуют развитию теории предпринимательства, обогащению теоретических представлений о влиянии особенностей этнических и конфессиональных традиций на формирование и развитие системы предпринимательства многонационального государства.

2. Дополнен научно-категориальный аппарат исследования этноконфессионального фактора в системе российского предпринимательства

Практическая значимость результатов диссертационного исследования заключается в том, что полученные автором данные могут использоваться:

– при формировании государственной политики в области развития российской системы предпринимательства с учетом этноконфессионального фактора (как на федеральном уровне, так и в отдельных регионах РФ,

например в деятельности Департамента науки, промышленной политики и предпринимательства города Москвы);

- для создания контента учебных курсов для преподавания дисциплин по теории и практике предпринимательства в высшей школе;

- в работе общественных объединений российских предпринимателей (ОПОРА России, РСПП, «Деловая Россия», Ассоциация женщин-предпринимателей России, Ассоциация молодых предпринимателей России и других) по формированию деловой среды и развитию российской системы предпринимательства с учетом этноконфессионального фактора;

- в деятельности Центров занятости населения, направленной на активизацию предпринимательской активности среди этнических групп, проживающих на территории РФ.

Апробация результатов исследования. Основные положения диссертационной работы обсуждались на Научно-практической конференции «Технологии продаж» (Москва, МФПА, 2008 г.); Международных научных конгрессах «Роль бизнеса в трансформации российского общества» (Москва, МФПА, 2009 – 2011 гг.).

Публикации. Наиболее значимые положения диссертационного исследования отражены в шести публикациях автора в ведущих рецензируемых научных журналах и сборниках научных статей, общим объемом 3,88 п.л., в том числе в 2 работах (1,56 п.л.), опубликованных в научных изданиях из рекомендованного ВАК Перечня.

Структура работы. Диссертационная работа состоит из введения, трех глав, заключения и списка использованной литературы.

Структура диссертационной работы обусловлена задачами, поставленными в исследовании, и отражена в ее содержании.

Введение

ГЛАВА 1. Этноконфессиональный фактор как специфическая черта взаимодействий субъектов системы предпринимательства.

1.1. Основные причины влияния этноконфессионального фактора на системы предпринимательства.

1.2. Роль и значение этноконфессионального фактора в формировании систем предпринимательства.

ГЛАВА 2. Эволюция влияния этноконфессионального фактора на системы предпринимательства: мировой опыт и российская практика.

2.1. Особенности влияния этноконфессионального фактора на системы предпринимательства в странах с развитой рыночной экономикой.

2.2. Особенности влияния этноконфессионального фактора на формирование системы предпринимательства в условиях России как многонационального государства.

ГЛАВА 3. Направление развития и механизмы использования ресурсов этноконфессионального фактора в процессе формирования российской системы предпринимательства.

3.1. Влияние этноконфессионального фактора на стратегию и тактику субъектов предпринимательства в современной России.

3.2. Использование ресурсов этноконфессионального фактора в целях создания благоприятной предпринимательской среды в современной России.

Заключение

Список литературы

II. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИОННОЙ РАБОТЫ

В целях исследования возможности использования позитивных аспектов влияния этноконфессионального фактора на развитие российской системы предпринимательства, в диссертации были последовательно решены поставленные научные задачи.

1. Доказано, что этноконфессиональный элемент является одним из факторов, формирующих российскую систему предпринимательства.

Для решения поставленной задачи был проведен анализ понятийного аппарата по данной теме, в результате чего он был дополнен определением понятия «Этноконфессиональный фактор в системе предпринимательства». Элементом научной новизны является разработка определения этого понятия.

В рамках работы над поставленным вопросом рассмотрены концепции и подходы к анализу предпринимательства в целом. Приведены различные определения предпринимательства. Показано, что изучение предпринимательства, в первую очередь, активно развивалось зарубежными исследователями, отечественная традиция анализа данного вида экономической деятельности по времени значительно короче, что обусловлено особенностями развития экономической науки в советский период.

Достигли вывода о том, что проблема оценки предпринимательства осуществлялась исследователями преимущественно с точки зрения предметно-экономического подхода, то есть рассматривались различные аспекты предпринимательства как вида хозяйственной деятельности, влияния этого института на микро- и макроэкономические процессы в государстве. Вместе с тем, анализ предпринимательства с учетом данных социологии, культурологии, философии и этнологии до середины XX века применялся редко. Отечественная традиция изучения влияния этноконфессионального фактора на предпринимательство до настоящего времени до конца не сформирована, что требует проведения дополнительного научного анализа.

Обозначены основные факторы, вследствие которых представляется актуальным изучение систем предпринимательства с точки зрения влияния этноконфессионального фактора. Рассматривается категория «этничность» и научные подходы к её разработке:

- примордиализм;

- конструктивизм;
- инструментализм.

Обосновано, что в рамках настоящей работы наиболее актуален инструментальный подход. Поднимается проблема оценки влияния этноконфессионального фактора на предпринимательство с точки зрения инструментализма. Этот подход позволил оценить комплекс устойчивых поведенческих установок, обусловленных религиозными и национальными традициями и представлениями, являющимися частью коллективной системы ценностей отдельных народов. В результате был определен комплекс причин выбора той или иной стратегии предпринимательского поведения. Российская система предпринимательства аккумулирует комплекс предпринимательских стратегий разных народов, выработанных на протяжении истории их развития.

2. Исследованы направления проактивного влияния этноконфессионального фактора на формирование российской системы предпринимательства.

Для решения поставленной задачи рассматривается проблема тенденций и перспектив развития современной российской системы предпринимательства в контексте влияния этноконфессионального фактора. Показано, что проживание на территории России более ста этнических групп потенциально несет в себе не только преимущества, о которых уже было сказано выше, но и значительную опасность для эффективного, стабильного развития государства, так как разные народы адаптируются к современным быстро меняющимся условиям с разными темпами. Приводятся примеры конфликтов, имеющих межнациональный подтекст, возникавших в России в последнее время.

Сделан вывод, что важнейшим фактором, влияющим на обозначенный комплекс проблем, является нестабильное положение на Северном Кавказе и высокий уровень террористической опасности в этом регионе. Это обстоятельство значительно ослабляет потенциал формирования

эффективной предпринимательской среды в регионе, так как конфликты и террористические акты всегда негативно влияют на спрос и потребление, а, следовательно, сокращают основу для занятия предпринимательством. Отмечается, что ухудшение положения на Северном Кавказе может негативно влиять на ситуацию в других регионах России, в частности, на отношение основной массы населения к предпринимателям – выходцам из Кавказского региона.

В мировом масштабе наличие нестабильного и опасного региона внутри страны также негативно влияет на международное положение государства, его имидж и инвестиционную привлекательность. Открытые и латентные межэтнические противоречия не только снижают предпринимательскую активность внутри отдельного региона, но также могут препятствовать формированию конструктивных контактов бизнесменов, проживающих в разных субъектах РФ и представляющих разные этнические группы. Обозначены позитивные аспекты влияния этноконфессионального фактора на российскую систему предпринимательства.

3. Выявлены последствия влияния этноконфессионального фактора на развитие российской системы предпринимательства.

Для решения поставленной задачи был проведен анализ возможных противоречий, возникающих в рамках развития российской системы предпринимательства. Обозначены вероятные перспективы исследуемого сектора в будущем. С целью нивелирования влияния существующих противоречий на развитие системы предпринимательства определены и подробно рассмотрены базовые концептуальные направления, способные в перспективе обеспечить оптимистический сценарий.

Исследуется проблема исторического опыта формирования и развития российской системы предпринимательства. Показаны и подробно рассмотрены факторы, оказавшие сильное влияние на традиции и специфику современного российского предпринимательства:

- особое географическое положение;
- сложный этнический состав, по мере расширения территории государства вбиравший в себя местный этнокультурный компонент, не уничтожая и не поработая его;
- особая роль государства, являвшегося активным участником экономической жизни;
- ценностная аксиоматика религиозных систем, наиболее распространённых на территории России (православие и ислам).

Обоснована важная роль изучения исторического контекста возникновения и развития Древнерусского государства, формирования хозяйственных связей между различными регионами. Сделан вывод о том, что русский этнос изначально соприкасался с представителями не только разных этнических групп, но и с носителями различных религиозных воззрений (ислам, иудаизм, языческие культы, разные конфессии христианства), и это, в свою очередь, обусловило инкорпорирование в русскую культуру значительного числа заимствований в культурном и бытовом плане. Подчеркивается, что нахождение древнерусского государства на территории важных торговых путей наложило значительный отпечаток на последующее формирование российской национальной системы предпринимательства.

В контексте исследования уделяется внимание периоду реформ Петра I, как важному этапу в формировании единой общероссийской деловой культуры, которую к тому времени представляли в основном русские предприниматели. Однако в этот период уже началось формирование предпринимательского слоя из числа представителей «национальных окраин», для которых занятие предпринимательской деятельностью было основным «социальным лифтом», в условиях наличия государственной религии, которая препятствовала занятию карьерному росту иноверцев. Влияние этноконфессионального фактора прослежено во все периоды развития российского государства вплоть до современного этапа.

Подчеркивается, что в период президентства Д.А. Медведева развитию предпринимательства было уделено повышенное внимание. В частности, в период кризиса 2009 года стимулирование развития малого предпринимательства рассматривалось как метод решения проблемы занятости населения. В программных документах и заявлениях представителей высших органов государственной власти России темы предпринимательства и межэтнических отношений в 2009-2012 гг. стали одними из центральных.

С целью решения проблемы касательно оценки современного состояния развития предпринимательства в России, приводится подробный анализ доминирующих предпринимательских стратегий этнических групп, проживающих на территории Северного Кавказа, а также Поволжья, так как на данный момент именно эти народы проявляют выраженную предпринимательскую активность, не нуждающуюся в целенаправленном стимулировании.

Особенно подробно рассмотрена проблема поведенческих стратегий представителей этнических меньшинств при инкорпорировании в интонациональное сообщество. В работе определены четыре основных доминирующих стратегии, произведена оценка положительных и отрицательных последствий каждой из них для развития национальной системы предпринимательства России в целом.

Делается вывод о том, что формирование в России национальной системы предпринимательства на протяжении длительного исторического периода сопровождалось влиянием этноконфессионального фактора.

4. Определен характер влияния этнической и религиозной принадлежности индивидов на выбираемые ими предпринимательские стратегии, а также в целом на существующую российскую систему предпринимательства.

Обозначены проблемы оценки и исторического анализа воздействия этноконфессионального фактора на предпринимательство через призму

религиозно-мировоззренческого компонента. В рамках параграфа используется такой термин как «этнокультурная среда». Обосновано, что культура конкретного общества является ключевым фактором при формировании особенностей предпринимательства. В параграфе отмечается тот факт, что ученые, в том числе и классики (М. Вебер, Й. Шумпетер), подчеркивали влияние конкретных этнических традиций и религиозных постулатов на активизацию либо, наоборот, снижение предпринимательской активности граждан в среде своих носителей.

С помощью оценки влияния религии на предпринимательство удалось достичь обоснования того факта, что религия не только создавала мотивацию к успеху в предпринимательской деятельности, но и косвенно стимулировала конкуренцию между членами общины, соответственно, их личное развитие.

Описана приоритетная направленность экономической активности с точки зрения православной и мусульманской этических концепций, традиционно наиболее распространенных на территории России. Выявлено, что учеными не был проведен подобный анализ с той же подробностью как, например, анализ протестантизма в трудах М. Вебера. В частичном восполнении этого вакуума заключается роль настоящего исследования.

Акцентируется недостаточная изученность темы оценки русской культуры в аспекте оказания влияния на формирование склонности населения России к занятию предпринимательством. Выявлено, что относительно данного вопроса существуют разные мнения, зачастую диаметрально противоположные друг другу. Несмотря на то, что в русской православной традиции существовали разные позиции по отношению к предпринимательской деятельности, на современном этапе Русская православная церковь толерантно относится к данному виду занятости граждан, считая её полезной для общества, государства и церкви. В качестве примера приводится «Этический кодекс православного предпринимателя», получившего распространение в 1990-х годах. В настоящее время Русская

православная церковь достаточно часто обращает внимание своих адептов на то, что предпринимательство является богоугодным и полезным делом.

Рассмотрена проблема оценки ислама через призму предпринимательских стратегий носителей этой религии. Представители ислама в России также достаточно часто говорят о пользе предпринимательства. Большая роль отводится значению благотворительности. В исламской модели бизнеса на первое место традиционно ставится не накопление капитала, а партнерские отношения между членами общины, что оказывает существенное влияние на предпринимательское поведение мусульманских народов России.

Показана общность взглядов мировых религий на предпринимательство и делается вывод о том, что отношение традиционных религий России к предпринимательству по основным моментам согласуется друг с другом. Влияние этого фактора обусловило:

- создание основы для конструктивного взаимодействия людей с разными религиозными взглядами;
- высокий уровень устойчивости и адаптивности систем предпринимательства к воздействию внешних и внутренних негативных факторов.

Определены основные направления учета этноконфессионального фактора в формировании российской системы предпринимательства. Разработаны способы создания условий для гармоничного развития предпринимательства среди представителей всех этнических групп, а так же механизмы формирования единой ценностной основы для развития предпринимательства с учетом традиционных этических систем народов России.

Рассматриваются проблемы возможных инициатив субъектов развития системы предпринимательства, направленных на повышение популярности и эффективности этого вида деятельности в России, усиление влияния позитивных и снижения роли негативных последствий воздействия

этноконфессионального фактора на экономическое поведение россиян. В качестве субъектов развития предпринимательства выделяются:

- федеральные и региональные органы власти и местного самоуправления;
- предпринимательское сообщество (отдельные предприниматели); общественные организации;
- СМИ;
- ВУЗы.

В ходе решения поставленной задачи было определено, что актуальной является целенаправленная политика вовлечения в предпринимательскую деятельность русского населения во всех регионах РФ, так как именно русские выступают связующим звеном между этническими меньшинствами и обеспечивают единство российского социокультурного пространства. В пользу этого вывода говорит то, что в большинстве регионов России наблюдается смешанный этнический состав со значительной долей этнических русских. Доказано, что при разработке программ развития предпринимательства в фокусе внимания должен быть конкретный регион со всем комплексом его проблем, а уже потом – отдельная этническая группа.

Таким образом, обоснованы предложения по решению проблемы стимулирования предпринимательства в субъектах Российской Федерации, в том числе с помощью целенаправленного объединения небольших региональных производителей-предпринимателей в единую сеть сбыта продукции для более эффективного продвижения своих товаров.

5. Определены основные направления учета этноконфессионального фактора в формировании российской системы предпринимательства.

Проблема влияния этноконфессионального фактора на создание и функционирование систем предпринимательства в России и других странах рассматривается в историческом контексте. Путем сравнительного анализа выделены внутренние и внешние аспекты влияния этноконфессионального фактора в России и в странах с развитой рыночной экономикой.

Анализируется проблема становления национальных систем предпринимательства в странах западной культуры, к которым Россия наиболее близка по своему культурному менталитету. Особое внимание обращается на роль христианства в историческом процессе становления и развития предпринимательства.

Поднимается и анализируется проблема соотношения процессов развития предпринимательства на Руси и в Европе. Обозначенные процессы во многом развивались параллельно, так как мотивы возникновения этой деятельности были схожими. В ходе работы обосновано, что и на Руси, и в Европе предпринимательство, с одной стороны, упрочивало взаимный интерес между народами и способствовало усилению международных контактов, а, с другой стороны, способствовало включению инокультурных заимствований в национальную систему предпринимательства. Предпринимателям для ведения успешной деятельности необходимо было быть интегрированными в культуру принимающей этнической группы, а, следовательно, знать традиции и обычай, язык, правила поведения на территории принимающей стороны.

Таким образом, результатом является вывод о том, что Европа, ещё до возникновения протестантизма с его акцентом на индивидуальном самоопределении, своим развитием во многом обязана предпринимательской активности наиболее инициативных граждан. Эти процессы оказали сильное влияние на современную конфигурацию экономических отношений.

Другой анализируемой проблемой является тема восточных цивилизаций и их отношения к предпринимательству. Подчеркнуто, что не только западная цивилизация отводила предпринимательским практикам особую роль. Культура мусульманского Востока является «торговой» в ещё большей степени. В мусульманских регионах мира торговле отводилась особо значимая социальная роль, в отличие от Запада, где в большинстве стран предприниматели до XVII-XVIII века имели периферийный статус в системе сословного общества.

Рассматривается проблема медленного процесса формирования единой мировой деловой культуры и постепенного отхода крупных предпринимателей от национальных традиций, что стало заметным в конце XIX – начале XX веков. Как правило, именно этот период считается фактическим началом глобализации, ставшей одной из центральных тем исследований в гуманитарных науках во второй половине XX века. Показана неравномерность протекания глобализационных процессов. В настоящее время даже на территории одной страны могут соседствовать элементы новейшей и архаичной экономики, что оказывает существенное влияние на предпринимательскую активность и социальное поведение разных групп граждан.

Проведен анализ проблем, связанных с глобализацией и различных точек зрения на этот феномен. Сделан следующий вывод:

- глобализация как процесс, оказавший сильное влияние на предпринимательство в мире, отразилась на снижении значения национальных границ и роли этноконфессионального фактора, однако применительно к конкретным государствам степень этого влияния оказывается различной.

В этой связи определена проблема столкновения традиционного и инновационного укладов жизни, экономики и мировоззренческих стратегий. Значительные группы людей, объединенных по этноконфессиональному признаку, стремятся противостоять глобализационным изменениям в силу того, что они не имеют возможности полноценно адаптироваться к происходящим изменениям, в результате чего остаются аутсайдерами. В этом контексте анализируется проблема миграции, наиболее актуальная для современных развитых государств и, в частности, Европейского Союза. Обозначаются проблемы, с которыми сталкивается ЕС в ходе развития предпринимательства под давлением представителей этнических меньшинств.

Для решения этой задачи анализ продолжен на примере США. Выявлена проблема возникновения и развития национальной системы предпринимательства в США, так как в силу особенностей формирования этого государства, роль этноконфессиональных взаимодействий в нем всегда была актуальной. Негативное влияние этнического многообразия в США стало заметным лишь в начале XXI века, когда в связи с кризисными явлениями в экономике остро встала проблема занятости населения. Другим фактором является обстоятельство, согласно которому вследствие активной пропаганды принципов мультикультурализма и высокой социальной защищенности населения, у мигрантов снизилось желание адаптироваться к культуре принимающей стороны. На основании этих выводов рассматриваются подходы, принятые на уровне государственной экономической политики, направленные на преодоление имеющихся сложностей, и оценивается их применимость к российской ситуации.

III. ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ ДИССЕРТАЦИИ ОПУБЛИКОВАНЫ В СЛЕДУЮЩИХ РАБОТАХ:

В ведущих рецензируемых изданиях, определенных ВАК России:

1. *Аветов Г.М.* Влияние этнического фактора на формирование системы российского предпринимательства: основные аспекты // Экономические науки. – 2010. – №11(72). – 0,56 п.л.
2. *Аветов Г.М.* Представления о конкуренции в этноконфессиональных концепциях предпринимательства // Современная конкуренция. – 2011. – №3(27). – 1,00 п.л.

В научных сборниках, журналах и материалах конференций:

3. *Аветов Г.М.* НПП – двигатель продаж в межличностных коммуникациях // Ученые записки Московской финансово-промышленной академии «Технологии продаж». – М.: Московская финансово-промышленная академия, 2007. – 0,67 п.л.
4. *Аветов Г.М.* Предпринимательство в контексте влияния этнического

/Г =

фактора (обоснование проблемы) // Экономика XXI века: перспективы, проблемы, решения: Материалы международной научно практической конференции (28 июня 2011 г). – М.: Академия бизнеса, 2011. – 0,50 п.л.

5. *Аветов Г.М.* Влияние этнического фактора на предпринимательское поведение экономических мигрантов // Ученые записки: сборник научных трудов. – М.: Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2011. – 0,55 п.л.

6. *Аветов Г.М.* Роль этноконфессионального фактора в формировании системы предпринимательства // Проблема трансформации в современной российской экономике: теория и практика организации и обеспечения. Коллективная монография участников X международного научно-практического семинара. – М.: Институт научной информации по общественным наукам Российской академии наук, 2012. – 0,60 п.л.

Подписано в печать 05.06.2012г.

Усл.п.л. – 1.0

Заказ №09211

Тираж: 100экз.

Копицентр «ЧЕРТЕЖ.ру»

ИНН 7701723201

107023, Москва, ул.Б.Семеновская 11, стр.12

(495) 542-7389

www.chertez.ru